



# **LIIKETOIMINTASUUNNITELMA**

Case Yritys X

Jonna Huhtasalo

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2014  
Liiketalous  
Taloushallinnon  
suuntautumisvaihtoehto

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalous  
Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto

JONNA HUHTASALO:  
Liiketoimintasuunnitelma  
Case Yritys X

Opinnäytetyö 58 sivua, joista liitteitä 13 sivua  
Toukokuu 2014

---

Tämä opinnäytetyö on liiketoimintasuunnitelma juuri aloittaneelle yritykselle. Työn tarkoituksena oli laatia kannattava liiketoimintasuunnitelma, joka auttaisi yrittäjää myös hahmottamaan kokonaisvaltaisesti omaa toimintaansa ja siten kehittämään sitä. Työn teoriaosuus käsittelee liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueita ja yrittäjyyden ensimmäisiä vaiheita. Työtä varten haastateltiin myös muutamia yrittäjiä ja pyrittiin selvittämään hieman minkälaiset syyt saavat ihmisen ryhtymään yrittäjäksi ja mitä neuvoja he antaisivat aloittaville yrittäjille. Haastatteluilla saatiin myös hieman erilaisia näkökulmia yrittäjänä toimimiseen ja sen mukanaan tuomiin haasteisiin.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi liiketoimintasuunnitelma, jota yrittäjä voi hyödyntää myös tulevaisuudessa toiminnassaan. Suunnitelmaa voi kehittää ja jalostaa sitä mukaan kun toiminta etenee ja vanhat tavoitteet täyttyvät.

Tämä työ selvensi ja auttoi jäsentelemään yrittäjän omia ajatuksia ja sen avulla yrittäjä sai aikaiseksi paljon kehittämisideoita. Kaiken kaikkiaan liiketoimintasuunnitelman tekeminen on erittäin hyödyllinen aloittavan yrityksen toimintaa kartoittaessa toimialasta riippumatta. Toimeksiantajan pyynnöstä työ on salainen, jonka vuoksi liitetiedot on jätetty työstä pois.

---

Asiasanat: yrittäjyys, liiketoimintasuunnitelma, yrityksen perustaminen

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree programme in business administration  
Accountancy and Business Administration

**JONNA HUHTASALO:**

Business Plan  
Case Company X

Bachelor's thesis 58 pages, appendices 13 pages  
May 2014

---

This thesis is a business plan for a company which has started its operations quite recently. The purpose of this study was to produce a viable business plan which helps the entrepreneur to perceive the overall operations of the company and thus to develop it. The theoretical part of this thesis consists of the different sectors of a business plan and the first steps of starting a business. There were also some entrepreneurs interviewed for this thesis to find out about the factors which lead to starting a business and to receive some advices that they would give to persons who are about to start a business. The interviews provided different perspectives in to the work as an entrepreneur and the challenges of an entrepreneur.

The outcome of this thesis was a business plan which the entrepreneur can also exploit in her future operations. The plan can be developed and refined as the operations move forward and old objectives are met.

This thesis clarified and helped the entrepreneur to structure her own thoughts and above all gave the entrepreneur development ideas. All in all a business plan is a very useful tool to map out operations when starting a business. By the request of the client this thesis is to be held secret and this version of the thesis is a confidential copy.

---

Key words: entrepreneurship, business plan, starting a business,

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Tutkimuksen tausta .....	6
1.2	Tutkimuksen tarkoitus .....	6
1.3	Tutkimuksen tavoitteet .....	7
1.4	Tutkimusmenetelmät .....	7
1.5	Työn eteneminen.....	8
2	YRITYKSEN PERUSTAMINEN .....	9
2.1	Yrittäjä .....	9
2.2	Liikeidea .....	10
2.3	Yritysmuodon valinta .....	11
2.4	Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi .....	11
2.5	Yrityksen nimi ja logo .....	12
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN OSA-ALUEET .....	13
3.1	Liiketoimintasuunnitelma .....	13
3.2	Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus .....	13
3.3	Missio ja visio.....	13
3.4	Tuotteet, palvelu ja hinnoittelu .....	14
3.5	Asiakkaat .....	15
3.6	Toimintatapa .....	15
3.7	Toimiala ja markkinatilanne .....	16
3.8	Markkinointi ja mainonta.....	17
3.9	Henkilökohtainen myyntityö .....	17
3.10	Kilpailijat .....	18
3.11	Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.....	18
3.11.1	Rahoituslaskelma .....	19
3.11.2	Kannattavuuslaskelma.....	19
3.12	SWOT-analyysi .....	20
4	YRITYS X:N PERUSTAMINEN .....	21
4.1	Yrittäjä .....	21
4.2	Liikeidea .....	22
4.3	Yritysmuodon valinta .....	23
4.4	Nimi ja logo .....	23
5	YRITYS X:N LIIKETOIMINTASUUNNITELMA.....	24
5.1	Missio ja visio.....	24
5.2	Yrityksen toimipaikka.....	24
5.3	Tuotteet, palvelu ja hinnoittelu .....	25

5.4 Asiakkaat .....	26
5.5 Toimintatapa .....	27
5.6 Toimiala ja markkinatilanne .....	28
5.7 Markkinointi ja mainonta.....	29
5.8 Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat.....	30
5.9 Kilpailijat .....	30
5.10 SWOT-Analyysi .....	31
6 YHTEENVETO HAASTATTELUISTA.....	33
7 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	34
7.1 Liiketoimintasuunnitelma Yritys X:lle .....	34
7.2 Haastattelut .....	36
8 POHDINTA.....	38
LÄHTEET.....	40

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

Yritys X on pieni yhden henkilön yritys. Yritys on perustettu marraskuussa 2013, tilanteessa jossa oman yrityksen perustaminen on ollut parhain ja järkevin ratkaisu yrittäjän sen hetkisessä työ- ja elämäntilanteessa. Yritysmuodon valinnassa on päädytty toiminimeen, koska se oli selkeästi parhain valinta toimintaan, jota tultaisiin harjoittamaan. Kaupparekisterissä Yritys X:n päätoimialaksi on merkitty sihteeri- ja toimistopalvelut ja se hyvin pitkälle kuvaakin yrityksen toimintaa tällä hetkellä.

Yritys X:llä on tällä hetkellä seitsemän asiakasta, joihin lukeutuu osakeyhtiöitä, kiinteistöosakeyhtiöitä sekä yksityisiä elinkeinonharjoittajia. Kyseisille asiakkaille hoidetaan yksilöllisesti erilaisia taloushallinnon palveluita, joista esimerkkinä mainittakoon kirjanpitolainsäädännön mukainen kirjanpito sekä reskontranhoito. Yksinkertaisesti sanottuna yritys tuottaa taloushallintopalveluita vastaamaan erilaisten yritysten tarpeita.

Yrittäjällä on vakaa aikomus kehittää ja viedä yritystään eteenpäin. Tämä työ tulee autamaan yrittäjää tunnistamaan ja korjaamaan mahdolliset ongelmakohdat toiminnassaan ja kehittämään niitä sekä kartoittamaan mahdollisuuksia toimia alalla niin hyvin kuin tällä hetkellä on mahdollista. Tavoitteena on myös, että tämä työ luo yrittäjälle hyvän pohjan päätöksenteon tueksi ja tarjoaa informaatiota myös tulevaisuuden varalle.

## 1.2 Tutkimuksen tarkoitus

Casetutkimus Yritys X on tutkimus, jonka tarkoituksena on tuottaa liiketoimintasuunnitelma, joka ohjaa yritystä kohti kannattavaa toimintaa. Työssä pyritään kartoittamaan aloittelevan yrittäjän toimintaa ja luomaan hyvä pohja tulevaisuudelle ja edellytykset kehittää kannattavuutta. Koska liiketoimintasuunnitelmaa ei ole tehty ennen toiminnan varsinaista aloittamista, tuo tämä työ toivottavasti uusia näkökulmia ja kehittämisideoita yrittäjälle sekä antaa kokonaisvaltaisen kuvan toiminnasta, jotta yritystä voidaan viedä kohti toimintaa, joka kannattaa sekä näin ollen tuottaa voittoa. Työn tarkoituksena on

myös tehdä yrittäjähaastatteluja. joissa pyritään selvittämään muutamien eri toimialoilla toimivien yrittäjien motiivejaan lähteä yrittäjiksi.

### 1.3 Tutkimuksen tavoitteet

Työn tavoitteena on selvittää ”Miten rakennetaan kannattava liiketoiminta liiketoimintasuunnitelman avulla?” Työssä pohditaan yrittäjän liikeidean kannattavuutta ja mietitään miten yrittäjä voisi kehittää toimintaansa muun muassa vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Työssä pyritään hakemaan konkreettisia vastauksia, joita yrittäjä voi käytännön tasolla soveltaa yrityksessään, esimerkiksi miten asiakkuuksia saadaan hankittua lisää ja miten palveluvalikoiman laajentaminen ja parantaminen käytännössä vaatii ja tulee maksamaan.

Haastattelujen tavoitteena on selvittää mitkä ovat yleisimpiä kompastuskiviä yrittäjyyden tiellä sekä niitä tekijöitä, jotka saavat ihmisen ylipäätään lähtemään yrittäjäksi. Tavoitteena on siis haastattelujen avulla yrittää saada hieman eri näkökulmia yrittäjyyden haasteisiin ja lähtökohtiin.

### 1.4 Tutkimusmenetelmät

Tämä työ on kvalitatiivinen, toisin sanoen laadullinen tapaustutkimus, eli case study. Tapaustutkimus tarkoittaa tutkimusta, jossa tutkitaan jotain tiettyä yksittäistä asiaa käyttämällä erilaisia ja eri tavoilla hankittuja tietoja. Tapaustutkimukselle tyypillistä on, että on valittu jokin yksittäinen tapaus, tilanne, tapahtuma tai joukko tapauksia joita tutkittaessa tapauksen eteneminen on avainasemassa. Olennaisinta on, että tutkimuksen alla olevat asiat muodostavat yhden yksittäisen kokonaisuuden. (KvaliMOTV 2006.) Case-tutkimuksen tavoitteena ei ole antaa yhtä tiettyä vastausta johonkin tiettyyn kysymykseen, vaan se antaa suunnan sekä mahdollistaa asian käsittelyn ja kehittämisen myös jatkossa. Case-tutkimus on käytännöllinen silloin, kun halutaan testata toimiiko jokin teoria tai kehitelty malli käytännössä. (Explorable.com 2006)

Tutkimuksen haastatteluosuus toteutetaan puolistrukturoituna yksilöhaastatteluna, jossa kysymykset ovat siis laadittu etukäteen ja kysymykset ovat kaikille haastateltaville sa-

mat mutta niiden järjestys saattaa hieman vaihdella (kamk.fi). Haastateltavat ovat kaikki eri vaiheissa yritystensä kanssa sekä täysin eri toimialojen edustajia, joka tuo hieman eri näkökulmia haastatteluiden kysymyksiin. Ensimmäinen haastateltava oli henkilö, joka on toiminut 16 vuotta tele- ja data-alan yrittäjänä. Toisena haastateltavana oli henkilö, jonka toimialaa on kiinteistöjen hallinnointi ja vuokraus. Hän on toiminut kyseisellä alalla jo noin kaksikymmentä vuotta, mutta oman yrityksen puitteissa vasta muutaman vuoden. Viimeinen haastateltava oli henkilö, joka on toiminut jo 25 vuotta kirjakauppihana.

## **1.5 Työn eteneminen**

Työ pohjautuu hyvin pitkälle liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueisiin, joita työssä on käytetty ohjaamaan teoriaosuuden kulkua. Teoria lähtee liikkeelle pohtimalla yrittäjyyttä ja miettimällä muun muassa millainen ihminen lähtee yrittäjäksi ja mitkä ovat niitä syitä, jotka johtavat yrittäjyyden valintaan. Teoriaosuuden alkupäässä käsitellään myös jonkin verran käytännön perustamistoimia sekä liikeideaa. Hieman tarkemmin tässä työssä paneudutaan yksityisen elinkeinonharjoittajan eli toiminimen perustamiseen, koska toimeksianto koskee tätä nimenomaista yritysmuotoa.

Työn kolmannessa kappaleessa pureudutaan hieman syvemmin liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueisiin ja selvitetään mitä ne pitävät sisällään. Liiketoimintasuunnitelman osien käsittelyn jälkeen lähdetään käsittelemään miten ja miksi Yritys X on perustettu sekä mietitään myös itse yrittäjää ja hänen taustojaan. Tämän osion jälkeen lähdetään rakentamaan varsinaista liiketoimintasuunnitelmaa Yritys X:lle.

Viimeisessä osiossa keskitytään suoritettuihin haastatteluihin ja analysoidaan niitä vertaen vastauksia aiemmin esitettyyn teoriaosuuteen. Haastattelut puretaan ennalta laadittujen kysymysten pohjalta. Työn viimeisessä osuudessa kerrotaan johtopäätökset sekä pohditaan lopputulosta, johon työn tiimoilta on päästy.



## 2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

### 2.1 Yrittäjä

Monesti mietitään millainen ja minkä tyyppinen ihminen perustaa yrityksen. Tuohon kysymykseen ei kuitenkaan ole olemassa mitään yhtä yksiselitteistä vastausta, vaan yrittäjäksi ryhtyvillä on varmaan yhtä paljon eri syitä kuin on yrittäjiäkin. Hyvin suurella osalla se lähtee jo lähipiiristä, siitä että vanhemmat ovat olleet yrittäjä ja näin ollen se on jo tietyllä tapaa veressä ja yrittäjyyden jatkaminen saattaa olla hyvinkin luontevaa ja itsestään selvää (Kangasaho, E. & Lehtipuro, K. & Niemelä, T. 1999, 24).

Hyvin pieni osa yrittäjistä on kuitenkin lopulta niin sanotusti syntynyt yrittäjiksi. Suurin osa on ajautunut uralleen erilaisin tavoin jolloin voidaan sanoa, että heillä ei ole sitä sisäistä paloa tai perhetaustaa vaan heille tämä valinta saattaa tulla melkein pä yllättäen. Tällaisia tapauksia voivat olla esimerkiksi harrastuksen kautta yritysideo löytyneet tai puolison tai ystävän kautta yrittäjyyteen ajautuneet. Myös työttömyys saattaa joissain tapauksissa ajaa ihmisen yrittäjäksi jos työmahdollisuudet ovat niin sanotusti kiven alla ja muita mahdollisuuksia ei ole näköpiirissä (Lehti, E. & Pyykkö, M. & Rope, T. 2007, 15).

Oli roolimalli, esikuva tai motiivi kuka tai mikä hyvänsä, on kaikille yrittäjille kuitenkin yhteistä halu ja tahto toimia yrittäjänä. Ennen yrittäjyyteen ryhtymistä on tarkoin mietittävä onko itsessä aineksia siihen ja onko valmis ottamaan sen riskin jonka sellainen uravalinta mukanaan tuo (Meretniemi, I. ym. 2009, 13). Yrittäjyys tuo mukanaan tietynlaista vapautta, mutta samalla hyvin paljon vastuuta ja velvollisuuksia jotka täytyy pysyä täyttämään. Yritystoiminnan tavoitteenahan on aina, että yritys on menestynyt ja näin ollen tekee voittoa (Uusyrityskeskus 2013).

## 2.2 Liikeidea

Liikeidea on ajatus joka on jalostettu alkuperäisestä yritysideaista. Yritysidea luo pohjan koko toiminnalle ja se kuvaa yksinkertaisesti sitä toimintaa josta yritys tulevaisuudessa saa tulonsa. Liikeidea vastaa kiteytetysti seuraaviin kysymyksiin: mitä, kenelle ja miten. Jotta yritys toimisi hyvin ja olisi menestyksenkäs ei liikeidean tarvitse olla mitenkään ainutlaatuinen ja loistava vaan riittää, että se on toimiva (Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009, 19).

Liikeideoita on pääsääntöisesti kahdenlaisia. Täysin uusia liikeideoita, jolloin yrittäjä on keksinyt uuden, vielä markkinoilta puuttuvan liikeidean, tuotteen tai palvelun. Toinen vaihtoehto on, että jo olemassa oleva liikeidea vain toteutetaan uudella tavalla. Täysin uuden liikeidean keksiminen ja sen saaminen markkinoille sisältää paljon riskejä ja se on myös kaikkein vaikein tapa lähteä yrittäjäksi kun taas jo olemassa olevalla liikeideal-la on helpompaa lähteä liikkeelle, koska markkinat ovat jo melko pitkälle tiedossa ja tietoa alasta sekä markkinoista on saatavilla (Uusyrittäjäkeskus 2013).

Suurin osa yrittäjistä soveltaakin jotain vanhaa miettiessään liikeideaansa. Esimerkiksi kirvesmiehiä on ollut olemassa kautta aikain, koska tarvetta on ja tulee aina olemaankin. Menestyneimpiä ja parhaiten yritysmaailmassa pärjääviä ovatkin ne yritykset, jotka vastaavat yksinkertaisesti ihmisten perustarpeisiin (Puustinen, T. 2004, 41).

Vaihtoehtoja liikeidean kehittämiseen on tuhansia. Jokainen ihminen miettii päivänsä aikana monia potentiaalisia liikeideoita, itse kuitenkin tunnistamatta niitä. Jokapäiväiset tilanteet, jossa ihmiset miettivät kuinka jokin asia voisi olla paremmin tai jokin ärsyttävä seikka haluttaisiin poistaa luovat potentiaalisia liikeideoita. Harvemmin kuitenkin kukaan tiedostaa asiaa ja lähtee kehittämään tilanteesta liikeidea saati yritystä (Puustinen, T. 2004, 42).

Liikeidean löytymiseen on kuitenkin varmasti yhtä paljon tapoja kuin on yrittäjiäkin. Oma osaaminen saattaa usein olla se kipinä joka herättää halun yrittämiseen tai joskus yrittäminen tulee niin sanotusti verissä eli perheyrittäjä jatkamisen muodossa (Meretniemi, ym. 2009, 20). Useimmiten hyvä liikeidea on kuitenkin selkeä ja yksinkertainen. Se on lähes poikkeuksetta jotain, mikä säästää asiakkaan aikaa, vaivaa tai rahaa ja se yksinkertaisesti toimii (Puustinen, T. 2004, 44).

## **2.3 Yritysmuodon valinta**

Yritysmuodon valintaan liittyy monia seikkoja joista merkittävämpiä ovat ainakin perustajien lukumäärä, pääoman tarve, voitonjako ja verotus (Raatikainen, L. 2008, 74). Myös yrittäjän tai yrittäjien elämäntilanne, varallisuus, terveys, riskinottohalu ovat seikkoja, jotka vaikuttavat olennaisesti yritysmuodon valintaan (Puustinen, T. 2004, 96).

Seuraavassa kappaleessa keskitytään yksityiseen elinkeinonharjoittajaan eli toiminimen perustamiseen, koska tämä liiketoimintasuunnitelma on tehty juuri tälle kyseiselle yritysmuodolle. Koska yritysmuotoja on olemassa monia, työn laajuuden minimoimiseksi keskitytään tässä työssä vain yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamistoimiin.

## **2.4 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi**

Toiminimellä eli yksityisellä elinkeinonharjoittajalla tarkoitetaan joko ammatinharjoittajaa tai liikkeenharjoittajaa. Näiden kahden ero on se, että ammatinharjoittaja toimii usein yksin ja (esimerkiksi taksin kuljettajat, nuohoojat ja kirvesmiehet) ja liikkeenharjoittaja työskentelee usein kiinteässä toimipaikassa sekä heillä saattaa olla palkattua työvoimaa (esimerkiksi parturikampaajat, kioskinpitäjä, pienet autokorjaamot ja automyyjät). Yksi merkittävä ero näiden kahden välillä on myös se, että ammatinharjoittajalla on oikeus yhdenkertaiseen kirjanpitoon, kun taas liikkeenharjoittajalta vaaditaan laajempaa kirjanpitoa. Toiminimi on erittäin hyvä valinta silloin, kun toiminta on pienimuotoista ja yrittäjiä on vain yksi. Toiminimi on myös erittäin helppo perustaa, voisi jopa sanoa että se on yhden paperin päässä. Perustaminen ei vaadi alkupääomaa kuten osakeyhtiössä eikä erillisiä kirjallisia sopimuksia (Raatikainen, L. 2008, 69).

Toiminimi voidaan rekisteröidä vain yhden henkilön nimiin, joka tarkoittaa myös sitä että tämä henkilö on siten vastuussa yrityksen sitoumuksista (esimerkiksi rahoituslaitoksilta otetuista lainoista) koko henkilökohtaisella omaisuudellaan. Yrittäjän oma henkilökohtainen talous on silti luonnollisesti pidettävä erillään yrityksen toiminnasta. Varsinaista palkkaa ei yrittäjä voi toiminimeltään nostaa vaan tulot, jotka käytetään yrittäjän omiin henkilökohtaisiin menoihin tulee nostaa yksityisottoina (Uusyrityskeskus 2013).

Toiminimeä perustettaessa tulee ensimmäiseksi rekisteröityä kaupparekisteriin, jonka jälkeen viranomaiselta saadaan Y-tunnus toimintaa varten. Kaupparekisteri ja verohallinto käyttävä yhteistä ilmoitusmenettelyä, joten samalla lomakkeella ilmoitetaan aloitettavan yrityksen tiedot molemmille tahoille. Rekisteröintiä varten tarvitaan siis kaupparekisterin Y3-lomake, jolla ilmoitetaan yrittäjän henkilötiedot, yhteystiedot, nimivaihtoehtot yritykselle, tilikausi, päätoimiala(t), mahdollinen arvonlisäverovelvolliseksi hakeutuminen, ennakoperintärekisteriin hakeutuminen ja kaikkiin näihin liittyvät faktat. Y-tunnuksen saa, kun perustamisilmoitus on kirjattu yritys- ja yhteisötietojärjestelmään (Patentti- ja rekisterihallitus 2014).

Toiminimi on hyvä ratkaisu silloin, kun yritystä on perustamassa vain yksi henkilö ja pääoman tarve toiminnalle on vähäinen. Toiminimen päätöksenteko on myös nopeaa ja joustavaa koska yrittäjä itse tekee kaikki yritystoimintaansa koskevat päätökset eikä päätöksentekoon tarvita esimerkiksi osakeyhtiöstä tuttuja yhtiökokouksia ja muita vastaavia (Raatikainen, L. 2008, 74).

## **2.5 Yrityksen nimi ja logo**

Yrityksen nimeä ja logoa tulee miettiä tarkkaan koska juuri ne erottavat yrityksen muista yrityksistä. Nimen perusteella ihmiset tekevät johtopäätöksiä yrityksestä ja sen harjoittamasta toiminnasta, joten nimen tulisi kuvata mahdollisimman hyvin sitä toimintaa jota harjoitetaan. Nimen tulisi aina olla mahdollisimman selkeä ja lyhyt sekä se tulisi olla helppo ääntää ja kirjoittaa. Kansainvälistymistä harkitsevalle yritykselle sopiva nimi voi hyvinkin olla englanninkielinen. Mielessä pitää myös nimeä pohdittaessa pitää siveellisyyden rajat ja hyvä tapa (Raatikainen, L. 2008, 77).

Nimen ohella nähdään usein myös yrityslogo, joka voi olla esimerkiksi kuva, tekstityyppi, värien käyttöä tai edellisten yhdistelmää. Monista logoista löytyy myös jokin yrityksen toimintaa kuvaava asia, kuten esimerkiksi rakennus- ja remonttiyritysten logot, joissa voi monesti näkyä vaikkapa saha tai vasara (Raatikainen, L. 2008, 78).

### **3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN OSA-ALUEET**

#### **3.1 Liiketoimintasuunnitelma**

Liikeidean hiouduttua ja yritysmuodon valinnan jälkeen on seuraavaksi aika alkaa pohdita liiketoimintasuunnitelmaa. Liiketoimintasuunnitelma tarkoittaa nimensä mukaisesti kirjallista suunnitelmaa siitä, miten yritystoimintaa aletaan käytännössä toteuttaa (Uusyrityskeskus, 2013). Liiketoimintasuunnitelmassa tulisi kuvata selkeästi yrityksen liiketoiminta, sen lähtökohdat ja tavoitteet (Edu.fi, 2014).

#### **3.2 Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus**

Liiketoimintasuunnitelman avulla pystytään selventämään, jäsentämään sekä perustelemaan keksittyä liikeideaa ja se tehdään ensisijaisesti yrittäjää itseään varten päätöksenteon tueksi ja helpottamaan yrityksen toiminnan seuraamista. Liiketoimintasuunnitelma on myös hyvä olla olemassa mahdollisia rahoittajia varten kun haetaan esimerkiksi starttirahaa, pankkilainaa tai muita rahoituksia (Meretniemi, I. ym. 2009, 24).

Liiketoimintasuunnitelmasta tulisi selvittää kattavasti ja selkeästi yrityksen toimintatavat, toimintaympäristö ja tavoitteet sekä päämäärät ja määrälliset tavoitteet jotka selviävät erilaisten laskelmien kautta (Uusyrityskeskus 2013). Kun liiketoimintasuunnitelmaan on panostettu ja se on hyvin tehty, se on hyvä pohja koko yritystoiminnalle (Meretniemi, I. ym. 2009, 24).

#### **3.3 Missio ja visio**

”Visio on näkemys siitä, millainen yrityksen tulevaisuus on kolmen, viiden tai kymmenen vuoden päästä. Visioon sisältyy näkemys myös yrittäjän omasta tulevaisuudesta” (Meretniemi, I. ym. 2009, 29).

Visio on myös vastaus kysymykseen ”Mikä minusta tulee isona?”. Visio kertoo siis pähkinänkuoressa sen, missä yrityksen haluttaisiin tulevaisuudessa olevan koon, mark-

kina-aseman, omistuksen ja kannattavuuden suhteen. Visiota voidaan kuvata joko määrällisenä (liikevaihdon määrä, kannattavuustavoite) tai sanallisena kuvauksena(”kolmen vuoden kuluttua yritys on laajentanut toimintaansa...”, ”ensi vuonna tarkoitus on investoida...” ”kahden vuoden sisällä aikomuksena on rakentaa...” ja niin edelleen) (Kangasaho, E. ym. 1999, 54).

Visio kertoo vasta sen minne yritys tulevaisuudessa pyrkii, mutta ei sitä, miten se sinne pääsee. Sitä varten on olemassa missio. Missio on suomenkielisessä terminologiassa sama asia kuin toiminta-ajatus ja sen avulla määritellään mikä on yrityksen tarkoitus, tehtävä ja luonne sekä sen mitä yritys aikoo saavuttaa ja miten (Koski, T. & Virtanen, M. 2005, 26).

### **3.4 Tuotteet, palvelu ja hinnoittelu**

Yrityksen tuotteet ja palvelu on ehkä suurin vaikuttaja yrityksen menestykseen. Tarjottavien tuotteiden täytyy olla sellaisia mistä asiakas on valmis maksamaan rahaa ja jotka tyydyttävät kohderyhmän tarpeet (Lojander, T. & Suonpää, J. 2008, 28). Yrittäjän tulee miettiä miten asiakas tulee hyötymään tarjoamistaan tuotteista ja palveluista. Kun yrittäjällä on selkeä kuva tuotteidensa ja palveluidensa hyödyistä on niitä aina helpompi kehittää eteenpäin, ”Miten asiakas hyötyisi vielä enemmän” (Kangasaho, E. ym. 1999, 57).

Kun tuotteet ja palvelut ovat selvillä, tulee seuraavaksi kyseeseen niiden hinnoittelu. Tuotteiden hinnoittelussa erittäin tärkeässä roolissa on kilpailijoiden tuotteet ja palvelut ja täytyykin tarkkaan miettiä aiotko tarjota omiasi kalliimmalla vai halvemmalla kuin kilpailijasi. Jos tarjottava palvelu tai tuote on selkeästi parempilaatuista kuin kilpailijan on se avainasemassa hinnoittelua mietittäessä ja täytyy myös harkita ovatko asiakkaat valmiit maksamaan siitä lisäarvosta jota tuotteellesi lupaat tarjota. Täytyy pitää mielessä myös, että hinnoittelu ja imago kulkevat myös niin sanotusti käsi kädessä eli korkea hinta vaatii sen mukaiset puitteetkin ja asiakkailla saattaa olla kovat odotukset. Hinnoittelu on tärkeä tekijä asiakkaista kilpailtaessa (Uusyrityskeskus 2013).

### 3.5 Asiakkaat

Yrittäjän on tärkeää rajata asiakaskuntansa ja asiakasryhmänsä, sekä miettiä missä he sijaitsevat ja miten heidät voisi tavoittaa. Täytyy pohtia millainen on yrityksen tyypillinen asiakas. Jos markkinoilla on jo samankaltaisia palveluita, täytyy yrittäjän miettiä mikä on asiakkaiden suhde jo markkinoilta löytyviin tuotteisiin. Kun asiakkuuksia mietitään tarkasti, voidaan löytää juuri ne asiakkaat jotka ovat kannattavimpia ja joista yritys tulee saamaan kanta-asiakkaita ja näin ollen jatkuvaa tuloa (Meretniemi, I. ym. 2009, 27).

Kun asiakaskunta ja heidän tarpeensa ovat selvillä, tulee miettiä mistä asiakkaat helpoiten löytävät yrityksen. Sijainnin valitsemiseen kannattaa käyttää aikaa, koska se on yksi tärkeimmistä valinnoista joita yrityksensä eteen tulee tehdä. Sijaintiin vaikuttaa luonnollisesti yrityksen harjoittama toiminta ja joillain aloilla jo selkeät maantieteelliset syyt saattavat estää yrityksen toiminnan tietyillä aloilla (kasvihuoneet, laskettelukeskukset) (Raatikainen, L. 2008, 92).

### 3.6 Toimintatapa

Yrityksen toimintatapaa kuvaa se, miten tuotteet tai palvelut saadaan aikaiseksi. Tämä on keskeinen asia, kun mietitään asioita jotka vaikuttavat yrityksen menestykseen (Holopainen, T. 2010, 15). Yrityksen tulee miettiä miten toimitaan eli tuotetaanko tavarat tai palvelut itse vai tuleeko kyseeseen mahdollinen alihankinta, sekä miten tuotteiden tai palveluiden markkinointi sekä myynti tullaan hoitamaan (Uusyrityskeskus 2014).

Yrityksen toimintatapa vastaa siis liiketoimintasuunnitelman jokaisessa osa-alueessa kysymykseen ”miten?”. Miten markkinoidaan? Miten tuotanto ja palvelut toteutetaan? Miten yritys erottuu kilpailijoista sekä miten talousasiat hoidetaan (Meretniemi, I. ym. 2009, 28).

Yrityksen tapa toimia tulee olla sellainen, joka sopii yrityksen tuottamiin palveluihin tai tuotteisiin. Se ohjaa myös paljon sitä, millainen yrityksen imago tulee olemaan laadultaan ja tasoltaan, koska asiakkaat odottavat hyvin erilaisia asioita erityyppisiltä yrityksiltä. Imago vaikuttaa hyvin paljon muun muassa siihen millaista hintatasoa voidaan

ylläpitää ja ennen kaikkea millaista hintatasoa asiakkaat odottavat (Meretniemi, I. ym. 2009. 28).

### **3.7 Toimiala ja markkinatilanne**

Markkina- ja kilpailutilannetta on hyvä hieman kartoittaa ennen toiminnan aloittamista kuten myös omaa uskottavuuttaan ja mahdollisuuksia toimia tulevilla toiminta-alueella. Kuinka paljon saman alan toimintaa alueella on ja mitkä ovat mahdollisuudet päästä mukaan kilpailuun. (Meretniemi, I. ym. 2009, 30).

Kartoittamalla sekä analysoimalla markkinoita liiketoimintasuunnitelmassaan saa yrittäjä kokonaiskuvan sekä suunnitelman joka auttaa toiminnan tarkastelussa. Ensin on hyvä miettiä oma toimiala sekä asiakkaat, jonka jälkeen mietitään keitä ovat kilpailijat. Myös toimintaympäristöä sekä markkinoille tuloa mahdollisesti estävät seikat on hyvä miettiä etukäteen. Kun kaikkia edellä mainittuja asioita on tarkkaan pohdittu, saadaan selville lähtökohdat joista yritystoiminta ponnistaa ja perusteet sille miksi alalta löytyisi tilaa vielä tälle yritykselle. Markkinoita sekä toimialaa analysoidessa kannattaa olla melko realistinen ja jopa kriittinen, jotta saa mahdollisimman todenmukaisen kuvan tulevasta toiminnastaan (Puustinen, T. 2004, 65).

Markkinatilannetta ja valloillaan olevia markkinoita on myös tärkeää analysoida. Markkinoiden ollessa kasvussa on uusien toimijoiden helppoa lähteä mukaan yrittämään ja näin ollen löytää asiakkaita itselleen. Myös toisenlaiset tekijät markkinoilla voivat luoda tilaisuuksia uusille yrittäjille, kuten jokin erityinen kilpailuetu tai se että yksinkertaisesti muut toimijat eivät pysty tarjoamaan samaa palvelua. Merkittäviä kilpailuetuja voivat olla esimerkiksi muihin toimijoihin verrattuna halvempi hinta tai huomattavasti parempi ja laadukkaampi tuote tai palvelu. (Meretniemi, I. ym. 2009, 30).



### **3.8 Markkinointi ja mainonta**

Yrityksen tuottamien palveluiden ja tuotteiden sekä niiden hintojen ollessa selvillä on hyvä alkaa miettimään miten markkinointia aletaan toteuttaa. Markkinoinnin avulla ihmiset ja erityisesti potentiaaliset asiakkaat saadaan tietoiseksi sekä kiinnostumaan palveluista ja tuotteista. Markkinoinnin tärkein tarkoitus on tietenkin saada aikaiseksi kauppaa. Markkinointikeinoja on monia ja aloittavan yrittäjän on hyvä kartoittaa mikä on juuri hänelle se paras tapa lähteä tiedottamaan itsestään. Selkeät ulkoiset markkinointikeinot kuten suoramarkkinointi ja mediamainokset ovat vain pieni osa kokonaisuutta kun kaikki yrittämiseen liittyvät toimenpiteet pitäisi ajatella olevan markkinointia esimerkiksi henkilökunta ja asiakaspalvelu ylipäättään kertovat jo paljon (Raatikainen, L. 2008, 94).

Markkinointi ja mainonta eivät suinkaan tarkoita samaa asiaa. Markkinoinnin avulla pyritään vaikuttamaan asiakkaiden mielikuvaan yrityksestä ja sen toiminnasta ja se on tärkeässä roolissa yritystoiminnan suunnittelussa. Markkinointi on toimintaa, jonka avulla asiakassuhteet syntyvät ja niitä ylläpidetään sekä kehitetään. Mainonta taas tarkoittaa sitä suoraviivaisempaa ja konkreettisempaa toimintaa jolla pyritään tekemään tuotetta tai palvelua tunnetuksi ja vaikuttamaan asiakkaan ostopäätökseen (Uusyrityskeskus, 2013).

### **3.9 Henkilökohtainen myyntityö**

Asiantuntijapalveluiden markkinoinnissa avainasemassa on henkilökohtainen myyntityö. Tätä myyntityöprosessia voidaan kuvata tilanteena, jossa myyjä tuottaa asiakkaalle sellaista arvoa, että asiakas on tyytyväinen ja sen vuoksi jatkaa asiakassuhdetta, joka puolestaan tarkoittaa että yrityksen tavoitteet ovat täyttyneet (Bergström, S. & Leppänen, A. 2009, 411).

Henkilökohtaisessa myyntityössä on avainasemassa luonnollisesti itse myyjä. Myyjä toimii niin sanotusti yrityksen käyntikorttina ja on erittäin tärkeässä roolissa kun luodaan positiivista mielikuvaa sekä tuotteista että koko yrityksestä. Tärkeimpinä ominaisuuksina hyvällä myyjällä onkin pidetty muun muassa kommunikaatiotaitoja, sopivaa

persoonallisuutta, päättäväisyyttä, motivaatiota sekä tuotetuntemusta (Bergström, S. ym. 2009, 415).

Hyvä ja tehokas myyjä tuntee edustamansa yrityksen sekä tuotteet hyvin sekä tuntee myös kilpailijat ja heidän toimintansa sekä on perehtynyt heidän tuotteisiinsa. Asiakkaiden tunteminen on myös tärkeää ja koska sen avulla osataan kohdistaa oikeita palveluja ja tuotteita asiakkaiden tarpeisiin nähden (Bergström, S. ym. 2009, 417).

### **3.10 Kilpailijat**

Kilpailu on lähestulkoon alalla kuin alalla kovaa ja jatkuvasti kuullaan surullisia tarinoita siitä, kuinka jotkin yritykset tippuvat pelistä pois. Toiset yritykset sen sijaan vain menestyvät vuodesta toiseen ja kaikkien aloittavien yrittäjien tulisi tutustua oman alansa menestyneimpiin osaajiin ja miettiä mitkä ovat niitä menestystekijöitä joilla nämä yritykset toimivat. Näistä tarinoista on hyvä ammentaa inspiraatiota omaan toimintaansa.

Aloittavan yrittäjän on hyvä olla tietoinen kilpailijoistaan ja heidän tuotteistaan. Kilpailijoihin tulisi tutustua jo etukäteen ennen oman yritystoiminnan aloittamista. Olisi myös hyvä pohtia kilpailijoiden heikkouksia ja vahvuuksia joita voi heijastaa omaan toimintaansa. Näin voidaan löytää kohtia jotka itsellä ovat vahvoja ja joihin kannattaa panostaa sekä vastaavasti heikkoja kohtia joita voidaan koettaa vahvistaa. Aloittelevalle yrittäjälle on ennen kaikkea hyödyllistä tutustua kilpailijoidensa hinnoitteluun ja markkinointiin (Meretniemi, I. ym. 2009, 31).

### **3.11 Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat**

Yritystä perustettaessa on erittäin tärkeää miettiä yrityksen taloudellisia laskelmia. Laskelmat tehdään ensisijaisesti yrittäjää itseään varten, mutta hyvin usein myös rahoittajat vaativat näitä laskelmia, jotta voivat paremmin arvioida yrityksen liikeideaa. Laskelmat auttavat myös yrittäjää näkemään toimintansa realistisemmin. Hyvin usein käy niin, että yrittäjä yliarvioi tulonsa ja aliarvioi menot. Tämä tapahtuu varsinkin yritystoimintaa aloitettaessa kun unohdetaan, että yrityksen perustamisen alkumetreillä on pääasiassa vain kuluja ja mahdolliset tulot alkavat virrata vasta myöhemmin. Rahoitussuunniteluun on kiinnitettävä erityistä huomioita, jottei yrittäjä sitoisi liikaa pääomaa esimerkiksi lait-

teisiin ja toimitiloihin. Myös niin sanottuja piilokustannuksia, joita yrittäjä ei ole miettinyt ollenkaan, saattaa ilmaantua (Keskuskauppakamari, 2011).

### **3.11.1 Rahoituslaskelma**

Rahoituslaskelman ensisijainen tehtävä on tarkkailla yrityksen rahavarojen riittävyyttä sekä varmistaa yrityksen maksukykyisyys (Eskola, A. & Mäntysaari, A. 2006, 91) ja ennen kaikkea testata tuleeko toiminta olemaan kannattavaa. Rahoitussuunnitelman laatimisen eteen kannattaa nähdä vaivaa, koska se opettaa hallitsemaan ja seuraamaan yrityksen riskejä ja kehitystä sekä auttaa yrittäjää arvioimaan sekä yrityksen aloittamiseen kuluvan pääoman, että sen ajan, joka kuluu voitollisen tuloksen saavuttamiseen (Puustinen, T. 2004, 69).

Rahoituslaskelman rakenne on melko yksinkertainen. Laskelmaan arvioidaan ja lasketaan vain tulot sekä menot ja niiden erotuksesta lasketaan saldo. Edellinen lause saattaa kuulostaa helpolta, mutta todellisuudessa kulujen sekä menojen arviointi saattaa olla hyvinkin vaikeaa ja usein yrittäjä saattaa arvioida tulot suuremmiksi ja menot pienemmiksi kuin ne todellisuudessa ovatkaan (Puustinen, T. 2004, 70).

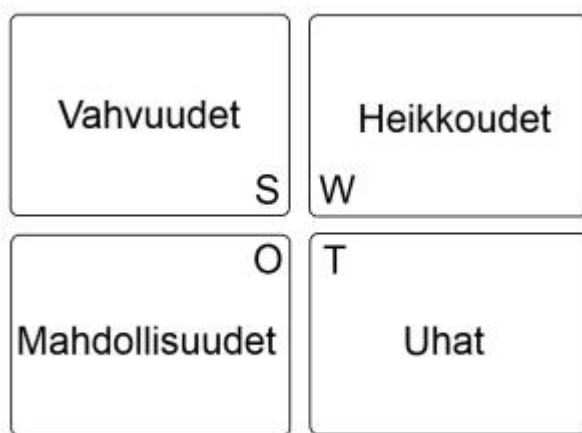
Rahoitussuunnitelman laajuuksilla on hyvin paljon eroja riippuen yrityksen harjoittamasta toiminnasta. Pienet palveluyritykset pääsevät liikkeelle hyvin pienelläkin pääomalla kun taas teollisuus- ja teknologiayritykset vaativat huomattavasti suurempia sijoituksia (Puustinen, T. 2004, 69).

### **3.11.2 Kannattavuuslaskelma**

Saadakseen selville, kuinka paljon yrityksen on myytävä saadakseen katetuksi liiketoiminnasta aiheutuneet kulut, täytyy yrittäjän laatia kannattavuuslaskelma. Laskelmassa on huomioitava myös yrittäjän oma rahantarve ja elämiseen kuluvat menot. (Meretniemi, I. ym. 2009. 37) Kannattavuuslaskelman tuloksena syntyy myyntitavoite, johon yrityksen täytyisi pyrkiä. Laskelma siis osoittaa kuinka paljon ja millä hinnalla täytyy saada myyntiä tiettyä ajanjaksona. Näin ollen kun toiminta on kannattavaa se kattaa kaikki kulut, niin yrityksen kuin yrittäjän henkilökohtaiset (Yrityssuomi.fi)

### 3.12 SWOT-analyysi

SWOT-analyysin nimi muodostuu neljästä englanninkielisestä sanasta jotka ovat strenghts, weaknesses, opportunities ja threats eli suomeksi vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysi on melko yleisesti käytetty arviointiväline varsinkin liikeidean sekä yrityksen kriittisessä arvioinnissa. Pääsääntöisesti SWOT-analyysissä vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat yrityksen sisäisiä tekijöitä, kun taas ulkopuolisia riskitekijöitä pohditaan kohdissa mahdollisuudet ja uhat (Meretniemi, I. ym. 2009, 34). Katso kuva 2.



KUVA 2. SWOT-analyysin malli (Tehden.com).

Yrittäjän tulee käyttää hyväksi ja vahvistaa löytämiään vahvuuksia kun taas heikkouksia tulee pyrkiä välttää sekä yrittää parhaansa mukaan lieventää ja poistaa niitä. Samalla tavalla tulee mahdollisuudet hyödyntää ja uhat mahdollisimman tehokkaasti lieventää tai jopa poistaa ne kokonaan (Oulun ammattikorkeakoulu, 1999).

## 4 YRITYS X:N PERUSTAMINEN

### 4.1 Yrittäjä

Yritys X:n perustaja itse ei koskaan ole miettinyt yrittäjäksi ryhtymistä vaan päinvastoin on pitänyt sitä erittäin vieraana ajatuksena. Tämän vuoksi sanonta ”koskaan ei pidä sanoa ei koskaan” on kirkkaana yrittäjän mielessä myös tulevaisuudessa. Yrittäjäksi ryhtyminen oli monen sattuman summa ja pitkällisen pohdinnan tulos. Lopulta perustamispäätökseen vaikuttivat eniten yrittäjäpuolison kannustus sekä jo valmiit asiakkaat joiden asioita yrittäjä oli jo tottunut hoitamaan. Kun loppujen lopuksi oli punnittu kaikki yrittäjyyden hyödyt ja haitat oli melko selvää, että tie yrittäjyyteen oli alkanut.

Yrittäjän osaaminen perustuu aiemman työkokemuksen ja koulutuksen varaan. Yrittäjä on työskennellyt taloushallinnon opiskelujen ohessa taloushallinnon tehtävissä kahdessa eri yrityksessä, joista toinen oli suuri monikansallinen rakennusteollisuuden yritys ja toinen pienempi kotimainen pk-yritys. Näin ollen kokemusta oli kertynyt erilaisista ympäristöistä. Yrittäjällä on pohjallaan merkonomi-koulutus sekä tuloillaan oleva tradenomi-koulutus, jossa hän on valinnut suuntautumisvaihtoehtokseen taloushallinnon. Näin ollen alan koulutus tuo myös jonkin verran pohjaa toiminnalle.

Yrittäjä oli tutustunut aikaisemmin ollessaan palkkatöissä tulevien asiakkaidensa asioihin siinä määrin, että uskalsi ottaa työt vastuulleen. Pelko ja jännitys oman osaamisen riittävydestä olivat läsnä vahvasti yritystä perustettaessa ja ovat edelleen, mutta yrittäjän on vain uskallettava ottaa vastuuta sekä tarttua haasteisiin, koska vain niin voi kehittyä, oppia ja tulla hyväksi työssään.

Yrittäjä aikoo ylläpitää ja kehittää osaamistaan osallistumalla erilaisiin koulutuksiin koskien kirjanpitoa, tuloverotusta ja arvonalisäveroa. Näitä koulutuksia järjestävät ainakin aikuiskoulutuskeskukset ja taloushallintoliitto. Taloushallintoliiton verkkosivuilla on myös mahdollisuus suorittaa erilaisia verkkokursseja koskien kaikkia kirjanpidon osa-alueita. Alussa koulutuksen tärkeys korostuu, koska moni asia tulee eteen vasta ensimmäistä kertaa. Kirjanpidon ja verotuksen koukerot myös muuttuvat jatkuvasti, siksi tällä alalla on erityisen tärkeää pitää itsensä ajan tasalla. Laadukas ja asiantunteva veroneuvonta onkin monelle yrittäjälle se tärkein seikka kirjanpitäjää valittaessa.

## 4.2 Liikeidea

Ennen kuin ajatus Yritys X:n perustamisesta oli edes ajankohtainen, teki yrittäjä palkkatöitä yritykselle, jolta nykyään laskuttaa toiminimellensä samat työt. Ajatus oman yrityksen perustamiseen lähti siitä, että alkoi ilmaantua useampiakin samankaltaisia yrityksiä joille oli mahdollista tehdä samankaltaisia taloushallinnon töitä. Näin ollen oli luonnollista lähteä perustamaan toiminimeä, koska kysyntää palveluille oli.

Yritys X:n liikeidea on lähtenyt liikkeelle nimenomaan asiakkaiden tarpeesta. Asiakkaita ja tulevia potentiaalisia asiakkaita yhdistää ajan ja mahdollisesti myös osaamisen puute hoitaa itse pakolliset niin kutsutut paperityöt ja kirjanpito, jotka kuitenkin tulisi hoitaa huolellisesti. Onhan kirjanpitäjän miettiminen ensimmäisten asioiden joukossa, joita aloittava yrittäjä pohtii aloittaessaan toimintaansa. Yritys X:n kohderyhmään kuuluu ensisijaisesti aloittavat pienyrittäjät yritysmuodosta riippumatta. Lähdettyessä yhteistyöhön perustamisasiakirjoista lähtien on helppoa luoda luotettava, asiantunteva ja tiivis asiakassuhde.

Yritys X aikoo toimia työssään konsultoivalla otteella, sekä panostaa erityisesti mahdollisimman laadukkaaseen veroneuvontaan. Asiakkaat saavat näin ollen lisätua rahalleen ja syyn pysyä asiakkaina jatkossakin ja mikä tärkeintä, suosittelevat mahdollisesti myös muille aloittaville yrittäjille. Toimintaa ohjaavat kirjanpito- ja verotuslainsäädäntö hyvin pitkälle, joten pyrkiminen näiden alojen asiantuntijaksi tulee vaatimaan yrittäjältä paljon panostuksia.

Liikeidea ei ole uusi ja mullistava, vaan kaikessa yksinkertaisuudessaan palvelu jota tarvitaan. Kirjanpitoa ja taloushallinnon ammatillaisia kaivataan jatkuvasti lisää ja näillä markkinoilla yritys X uskoo pärjäävänsä. Taloushallinnon tulevaisuuskin on taattu, koska kirjanpito ja siihen liittyvät toimenpiteet ovat pakollisia kaikille yrittäjille toimialasta riippumatta myös tulevaisuudessa ja aina tulee olemaan asiakkaita, jotka eivät itse halua kirjanpitoaan hoitaa.

Yritys X:n imago pyritään luomaan edullisuudestaan huolimatta laadukkaaksi ja asiantuntevaksi. Imagon rakentaminen tulee olemaan pitkäaikainen prosessi, joka vaatii yrittäjältä itseltään paljon panostuksia itsensä ja yrityksensä kehittämiseen. Tällä hetkellä

yrittäjä panostaa asiakaspalveluun ja asiakkaan toiveiden kuunteluun, joka luo imagoa asiakasläheiseksi ja helposti lähestyttäväksi.

Liikeidea (mitä, kenelle ja miten) on siis kiteytetysti, että Yritys X tarjoaa taloushallinnon palveluita pienyrittäjille sekä aloittaville yrittäjille heidän tarpeidensa mukaan joustavasti sekä sopuissaan hintaan.

#### **4.3 Yritysmuodon valinta**

Yritysmuodon valinnassa oli kaikkein luonnollisinta perustaa toiminimi. Tähän päätökseen vaikutti tietenkin se, että yrittäjiä oli vain yksi ja toiminnan aloittamiseen ei juuri suuria investointeja tai rahoitusta tarvittu, jolloin riskit olivat myös pienet. Toiminimi oli myös nopein ja helpoin laittaa käytännössä pystyyn.

Tulevaisuudessa on mahdollista, että yritysmuoto vaihdetaan toiminimestä osakeyhtiöksi jos ja kun toiminta alkaa kasvaa. Tämä on päämäärä, johon yritys X toiminnallaan aikoo vakaasti pyrkiä.

#### **4.4 Nimi ja logo**

Kun lähdettiin miettimään nimeä yritykselle, oli lähtökohtana ajatus siitä, että nimeä voisi käyttää tulevaisuudessa monenlaiseen liiketoimintaan. Ensin pyöriteltiin ajatusta erilaisista ”X” -loppuisista nimi yhdistelmistä, mutta jossain vaiheessa mieleen tuli tuollainen sanaleikkinäkin nähtävä nimiehdotelma. Yritys- ja yhteisötietojärjestelmästä ei löytynyt samannimistä yritystä, joten nimiehdotus päätettiin ottaa käyttöön ja koittaa, menisikö se läpi Kaupparekisterissä. Ja menihän se.

Logon pohtiminen tuli ajankohtaiseksi maaliskuussa 2014, kun yrittäjä laittoi ensimmäisen ilmoituksen lehteen. Logo tuli näkyviin ilmoituksessa, jossa mainostettiin liikekeskuksen avajaisia ja kaikki kyseisessä kiinteistössä yritystään pyörittävät osallistuivat siihen. Yrittäjä halusi logon olevan mahdollisimman yksinkertainen ja pelkistetty ja että logo muodostuisi lähinnä jostain tietystä fontista. Yrittäjä on itse kehittänyt yrityksen logon.

## **5 YRITYS X:N LIIKETOIMINTASUUNNITELMA**

### **5.1 Missio ja visio**

Yritys X:n missio on tarjota asiakkailleen mahdollisuus keskittyä harjoittamaansa yritystoimintaan paremmin. Ulkoistamalla taloushallinnon toiminnot Yritys X:lle voi yritys panostaa siihen, missä on hyvä ja mistä saa itselleen voittoa.

Yritys X:n visio noin kolmen vuoden päähän on, että asiakkuuksia on tullut ainakin vähintään kymmenen kappaletta lisää ja yritys pystyy tarjoamaan asiakkailleen entistä kattavampia palveluita. Käytännössä palveluvalikoiman laajentaminen tarkoittaisi, että yrittäjä pystyisi tarjoamaan asiakkailleen kirjanpidon palvelut kokonaisuudessaan, kirjanpidosta tilinpäätökseen. Tämä siis tarkoittaisi myös kohderyhmän koon kasvua.

Yritys X:n visio on myös, että viiden vuoden päästä yritys on vaihtanut yritysmuotoaan toiminimestä osakeyhtiöksi ja toimintaan on saatu mahdollisesti mukaan toinen osakas. Näin yritys on siis kasvanut ja myös kehittänyt palveluitaan. Tavoitteeseen kuuluu, että yritys tulevaisuudessa kykenee hoitamaan asiakkailleen kirjanpidon laadukkaasti ja konsultoivalla otteella, jolloin asiakkaat saisivat asiantuntevaa veroneuvontaa kukin tarpeisiinsa nähden. Näiden visioiden saavuttaminen vaatii yrittäjältä todellista panostusta itsensä kouluttamiseen ja asioiden opetteluun. Myös taloudelliset panostukset alkavat kasvaa.

### **5.2 Yrityksen toimipaikka**

Yritys X:n toimisto sijaitsee tällä hetkellä keskeisellä liikepaikalla Ikaalisissa, uuden kauppakeskuksen läheisyydessä. Uuden kauppakeskuksen myötä Ikaalisten keskusta tuntuu siirtyvän lähemmäksi kolmostietä ja liikekeskus, jossa Yritys X toimii, sijaitseekin melko lähellä kyseistä kauppakeskusta. Näkyvyyttä on tarkoitus parantaa jossain kohtaa ulkoisella valomainoksella, joka tullaan sijoittamaan parhaaksi katsotulla tavalla esimerkiksi kiinteistön ikkunaan.



Koska Yritys X panostaa sähköiseen liiketoimintaan, ei toimipaikan valinta välttämättä ole edes kovin suuressa roolissa, kun mietitään asiakkaiden tavoittamista. Suurin osa asiakkaiden kanssa käytävästä kommunikoinnista tapahtuu sähköisessä muodossa, sähköpostitse sekä puhelimitse, joten loppujen lopuksi tarvetta henkilökohtaiseen kommunikointiin ei hirveästi ole.

Nykyinen toimipaikka sen sijaan saattaa laskea kynnystä tulla kysymään yrityksen palveluista. Toimipaikan sijaitessa keskeisellä paikalla on potentiaalisten asiakkaiden helpoa niin sanotusti piipahtaa toimistolla kysymässä, mitä palveluita on tarjolla ja mihin hintaan. Siksi tämän toimialan yrityksellä ei toimipaikan sijainnilla ole välttämättä kovinkaan paljon väliä muuta kuin ehkä asiakassuhteen alussa.

### **5.3 Tuotteet, palvelu ja hinnoittelu**

Yritys X tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden keskittyä harjoittamaansa yritystoimintaan paremmin. Kun asiakkaan ei tarvitse viettää aikaansa kirjanpidon ja tositteiden kanssa, jää hänellä enemmän aikaa siihen tärkeimpään eli itse toiminnan pyörittämiseen ja siihen tekemiseen josta yrittäjä elantonsa saa.

Tällä hetkellä asiakkaille on tarjolla reskontrien hoito, joka sisältää siis laskutuksen, ostolaskujen käsittelyn, maksuliikenteen hoidon ja kaiken joka liittyy näihin edellä mainittuihin. Kirjanpito-ohjelmana toimii tällä hetkellä vain netistä ladattava suppea ilmaisohjelma, jolla yrittäjä hoitaa omaa sekä toiminimiasiakkaidensa kirjanpitoa. Tarkoituksena on investoida lähitulevaisuudessa kunnolliseen kirjanpito-ohjelmaan, jonka jälkeen mahdollistuu myös muiden yritysmuotojen kahdenkertainen kirjanpito sekä tilinpäätöksen laatiminen. Palveluihin kuuluu myös aloittavan yrityksen perustamistoimet sekä veroneuvonta.

Sähköinen arkistointi pilvipalvelujen avulla kuuluu myös palveluihin, joka käytännössä tarkoittaa sitä, että kaikki paperiset tositteet skannataan sähköiseen muotoon ja ladataan pilvipalveluun, jossa ne säilyvät tallessa ja ovat näin ollen myös asiakkaan saatavilla ja nähtävillä. Näin eliminoidaan riski siihen, että esimerkiksi tulipalo tuhoaisi mitään yritysten arvokkaista tiedoista ja tiedostoista.

Koska Yritys X hoitaa yritysten maksuliikennettä sekä muita arkaluontoisiakin raha-asioita, täytyy toimintaa aloittaessa huomioida vaitiolovelvollisuus. Tämä tarkoittaa siis sitä, että asiakkaan kanssa laaditaan kirjalliset sopimukset, jotka molemmat osapuolet allekirjoittavat, jotta voidaan taata asiakassuhteen luotettavuus. Yritys X on laatinut sopimuksen taloushallintoliiton 7.11.2011 antamien ohjeiden mukaisesti.

Hinnoittelu tapahtuu seuraamalla työhön kulunutta aikaa. Yrittäjä pitää työtunneistaan Excel-listaa, jonka lähettää jokaisen laatimansa laskun liitteenä asiakkaalleen. Yrittäjä on miettinyt myös toimintokohtaista hinnoittelua, jolloin hän tekisi taulukon, josta näkyy kunkin tarjottavan palvelun yksikköhinta, jolloin esimerkiksi kaupparekisterimuutoksen laadinta maksaisi jonkin tietyn summan per kerta ja kirjanpidon viennit laskutettaisiin kappaleittain, kuten useilla tilitoimistoilla on tapana. Tällä hetkellä kuitenkin riittää tuo tuntihinnoittelu – periaate. Laskutusrytmi määräytyy myös melko pitkälle asiakkaan mukaan, koska eri asiakkaiden töihin kuluu erilaisia aikoja. Normaalisti palveluja laskutetaan kuitenkin kerran kuukaudessa, heti kuun alussa. 14 päivää netto on Yritys X:n yleisesti käyttämä maksuehto.

## **5.4 Asiakkaat**

Kirjanpito on pakollinen kaikille yrityksille, yritysmuodosta riippumatta. Näin ollen potentiaalisia asiakkaita on ja tulee aina olemaankin. Loppujen lopuksi hyvin harva yrittäjä haluaa itse hoitaa kirjanpitoaan, jolloin kuvioihin astuu ulkopuolinen kirjanpitäjä.

Yritys X on miettinyt pääasiallisen kohderyhmänsä olevan aloittelevia yrittäjiä, jotka tarvitsevat apua toimintansa alusta asti, perustamisasiakirjoista lähtien. Kun toimitaan yhdessä jo yrityksen ensimetreiltä asti, on helppoa alkaa rakentamaan luotettavaa ja asiantuntevaa asiakassuhdetta osapuolten välille. Myös jo toimintansa aloittaneet yrittäjät ovat tietenkin tervetulleita asiakkaiksi. Kohderyhmän asiakkaat ovat pienyrittäjiä, joille yrittäjyyden mukanaan tuoma byrokratia ja kirjanpidon luvut sekä papereiden pyörittäminen tuntuvat vierailta ja hieman epämukavilta ajatuksilta. Kun nämä seikat ja toimet saadaan delegoitua muualle, saadaan yrittäjän oma aika kohdistettua siihen mikä on tärkeintä eli se oma osaaminen ja tekeminen.

Asiakkaat sijaitsevat lähtökohtaisesti Ikaalisissa ja lähipaikkakunnilla, mutta toiminnan sähköistyessä ja siirtyessä täysin digitaaliseen aikaan on hyvin mahdollista, että asiakkuuksia tulisi myös kauempaa, vaikkapa koko Pirkanmaan alueelta. Kohderyhmien paikantaminen ja tavoittaminen tapahtuu ennen kaikkea verkostoitumalla ja olemalla aktiivisesti läsnä erilaisissa verkostoitumistapahtumissa. Tällaisia tilaisuuksia järjestävät erityisesti Suomen Yrittäjät – järjestön Ikaalisten osasto, johon Yritys X aikoo liittyä. Yrittäjä on päässyt jo ennen oman toiminimen perustamistaan tutustumaan hieman kyseisen järjestön toimintaan puolisonsa myötä, joka on kyseiseen yhdistykseen kuulunut jo vuosien ajan. Yritys X pääsee hyötymään myös merkittävästi kyseisen puolison verkostoista, joiden avulla suurin osa asiakkaista onkin jo löytynyt.

Tämän hetkiset asiakkaat ovat siis kiinteistöosaakeyhtiöitä, osakeyhtiöitä ja toiminimiä. Näistä asiakkuuksista Yritys X tulee pitämään kiinni ammattitaitoisen ja laadukkaan palvelun avulla.

## 5.5 Toimintatapa

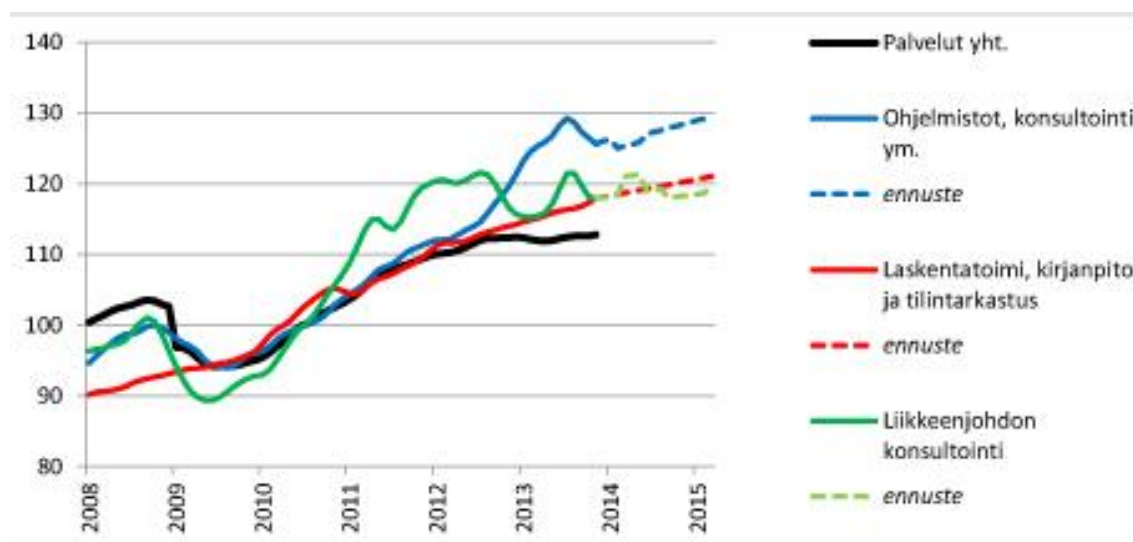
Yritys X:n toimintatapa pohjautuu hyvin pitkälle ajatukseen ”tekemällä oppii”. Myös uusien haasteiden ottaminen ja niistä selviäminen luovat toimintaan itsevarmuutta, joka heijastuu kaikkeen tekemiseen. Alussa yrittäjän oma tietotaito ei ollut vielä kovinkaan kehittynyt, mutta nyt se on jo muutamassa kuukaudessa yritystoiminnan aloittamisen myötä lisääntynyt valtavasti. Käytännön työ sekä haasteet tuovat osaamista yrittäjälle ja se on se seikka, jota Yritys X vaalii. Haasteisiin tarttuminen ja uusien asioiden kohtaaminen tuo osaamista ja ammattitaitoa.

Yritys X on yhden hengen yritys, jossa toiminta perustuu hyvin pitkälle tämän samaisen henkilön tietoihin ja osaamiseen. Työtä ohjaa suurimmissa määrin lait ja säädökset, joista on hyvin vaikea ja jopa laitonta poiketa. Kirjanpito- sekä verotuslainsäädäntö luovat toiminnalle raamit, joiden puitteissa toimintaa harjoitetaan.

Yrittäjällä on alan koulutus taustalla, joka tukee hänen työtään. Lisäksi osallistuminen erilaisiin koulutuksiin tuo yrittäjälle elintärkeää tietoa ja ammattitaitoa. Yrittäjällä on tukenaan myös vahva tukiverkosto ja mahdollisuus kysyä apua ammattilaisilta, jos oma osaaminen ei riitä. Näin ollen edellä mainittu fraasi ”tekemällä oppii” toteutuu.

## 5.6 Toimiala ja markkinatilanne

Liike-elämän palvelut ovat jatkaneet jo pitkään melko tasaista kasvua huolimatta myös pitkään vallinneesta epävarmuudesta taloudessa ja työ- ja elinkeinoministeriö ennustaa-kin tasaisinta kehitystä juuri taloushallintoalalle. Taloushallintoalan kehitykseen ei erityisesti ole talouden tilan heilahtelut vaikuttaneet (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2014), joka voidaan myös todeta oheisesta kuviosta 1.



Kuvio 1. Liike-elämän palveluiden liikevaihto 2008–11/2013 ja ennuste tulevalle vuodelle (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2014)

Toimialan kasvutilanne myös vaikeina aikoina luo uskoa myös Yritys X:n yrittäjään. Taloushallinnon toimialalla on melko paljon kilpailua, mutta uusia yrittäjiä syntyy siitä huolimatta jatkuvasti ja se mahdollistaa taloushallinnon ammattilaisten työllistymisen myös tulevaisuudessa.

Yleinen markkinatilanne Suomessa on melko haastava. Tästä huolimatta Yritys X uskoo pärjäävänsä erittäin hyvin, koska alalle löytyy tarvetta jatkuvasti. Ikaalisissa taloushallinnon palveluita pienellä volyymillä tuottava yksityisyrittäjä ei usko, että yleinen markkinatilanne pääsee horjuttamaan toimintaa kovin merkittävästi.

Ikaalisissa toimii monia tilitoimistoja, jotka luonnollisesti tarjoavat samoja palveluita ja enemmänkin kuin Yritys X, joten markkinoilta löytyy kilpailua myös paikallisella tasolla. Yritys X ei kuitenkaan vielä edes pyri samalle viivalle suurten tilitoimistojen kanssa,

koska yrityksen toiminta on hyvin pienimuotoista ja asiakkuuksien määrät ovat myös täysin eri luokkaa.

## **5.7 Markkinointi ja mainonta**

Yritys X:llä ei ole erillistä markkinointisuunnitelmaa, koska markkinoinnin tarve on melko vähäistä. Toteutettuja markkinointitoimenpiteitä on jo ollut muutamia, kuten leh-  
tijuttu paikallislehdessä, (Ks. Liite 1) mainos avajaisista samaisessa paikallislehdessä  
sekä itse avajaistilaisuus. Edellä mainitut toimenpiteet toivat Yritys X:lle tunnettuutta ja  
sen myötä muutamia uusia asiakkaita.

Tulevaisuudessa markkinoinnin tarvetta tullaan kartuttamaan tarpeen ja tilanteen mu-  
kaan. Aktiivista mainontaa yritys ei kuitenkaan aio harjoittaa, vaan markkinointi tapah-  
tuu lähinnä yrittäjän itsensä kautta, osallistumisina erilaisiin verkostoitumistapahtumiin  
sekä ottamalla suoraan yhteyttä aloittaviin yrittäjiin, jotka saattaisivat olla potentiaalisia  
asiakkaita. Se sopii tämänkaltaiseen toimintaan ehkä parhaiten.

Yritys X aikoo liittyä Ikaalisten Yrittäjien järjestöön, joka järjestää paljon erilaisia ver-  
kostoitumistapahtumia ympäri vuoden. Verkostoituminen paikallisten yrittäjien ja osaa-  
jien kanssa tulee olemaan erittäin tärkeässä asemassa asiakashankinnan ja markkinoin-  
nin vuoksi.

Yrittäjä markkinoi itseään myös toteutetun työn laadulla sekä asiantuntevalla otteella  
työssään. Laadukas työ tarkoittaa käytännössä huolella toteutettua kirjanpitoa sekä ve-  
roneuvontaa. Asiakaspalvelu on avainasemassa palveluyrityksen toiminnassa ja tähän  
Yritys X aikoo panostaa erityisesti. Asiakkaiden kuuntelu ja heidän tarpeiden kartoitta-  
minen heti toiminnan alusta saakka luo hyvän ja luotettavan asiakassuhteen, joka on  
helppo säilyttää jos päästään jo alusta asti samalle viivalle.

## 5.8 Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat

Yritys X:n rahoituslaskelma (Liite 3) on melko suppea. Alkurahoitusta ei tarvittu, koska lähestulkoon kaikki tarvittava löytyi jo yrittäjältä itseltään omasta takaa. Taloushallinto-palveluita tuottaakseen yrittäjä tarvitsee lähinnä tietokoneen, tulostimen ja kirjanpito-ohjelman. Investoinneista tulevaisuudessa tärkein tulee olemaan hyvä ja laadukas kirjanpito-ohjelma, joka tulee korvaamaan ilmaisohjelman, jota on tähän saakka käytetty. Ohjelmisto hankitaan vasta hieman myöhemmin, kun saadaan kartoitettua mikä ohjelma sopii parhaiten Yritys X:n tarpeisiin. Toimistokalusteet löytyivät myös yrittäjältä itseltään omasta takaa, joten niihinkään ei tarvinnut löytää rahoitusta. Vaihto-omaisuutta yritykseltä ei löydy sen tuottaessa vain palveluita.

Koska toiminnasta on saatu melko tasaista tuloa jo aivan alusta asti, on käyttöpääoman tarve melko vähäinen. Toiminnalla on saatu katettua yrittäjän oma eläminen, koska yrityksen kulut ovat pysyneet pieninä, joka taas on saanut yrittäjän ottamaan sen riskin, että kustannusylitysvaraa ei ole varattu.

Kannattavuuslaskelmassa (Liite 2) tavoitetulos on laskettu hyvin pitkälle yrittäjän itsensä omia tarpeita vastaamaan. Yrityksellä ei tähän mennessä ole kovinkaan paljoa kuluja, vain lähinnä lakisääteinen eläkevakuutusmaksu, tapaturmavakuutusmaksu, toimitilojen vuokrameno sekä puhelin- ja Internet-kulut. Lainaa ei yritys ole ottanut, joten lyhenyseriä ei siten ole. Ainoa työntekijä yrityksessä on itse yrittäjä, joten työntekijöiden palkkakuluja ei ole. Kannattavuuslaskelmaan on karkeasti arvioitu tulevan tilikauden koulutusmenot sekä markkinointikulut sekä jaettu arvio vuosi-arvion mukaan kuukausille. Laskelmat löytyvät tämän työn liitetiedoista.

## 5.9 Kilpailijat

Ikaalisten alueella toimii monia tilitoimistoja joista merkittävimpiä ovat ainakin Ikaalisten tili- ja kiinteistö, ASP-yhtiöt, Econia-yrityspalvelut ja Ikaalisten toimihenkilöpalvelu Ky. Luonnollisesti Yritys X niin sanotusti painii aivan eri tasolla kuin nämä pitkään toimineet ammattitaitoiset tilitoimistot, jotka tarjoavat samoja palveluita. Mutta toisaalta Yritys X painii täysin eri tasolla myös hintatasossa. Suuret tilitoimistot ovat usein melko

kalliita, joten tällainen yhden hengen pienyritys pystyy pitämään kulut hyvin kurissa, jolloin myös hinnoittelu on sen mukaista.

## 5.10 SWOT-Analyysi

Alla näkyvässä taulukossa on pohdittu Yritys X:n toimintaa SWOT-analyysin muodossa. Vahvuudet ja heikkoudet käsittelevät yrittäjän henkilökohtaisia ominaisuuksia kun taas mahdollisuudet ja uhat koskevat lähinnä yrityksen toimialaa ja toimintaympäristöä.

SWOT-analyysi									
<b>Vahvuudet</b>					<b>Heikkoudet</b>				
-alan koulutus (taloushallinnon tradenomi sekä merkonomipohja)					-tietotaidon vähäisyys				
-työkokemus ja sen tuottama tietotaito					-epävarmuus omasta osaamisesta				
-vahva tukiverkosto									
-yrittäjäpuolison apu									
-halu kehittyä ja oppia sekä tulla alan asiantuntijaksi									
<b>Mahdollisuudet</b>					<b>Uhat</b>				
-ala jolle löytyy jatkuvasti tarvetta					-talouden taantuma				
-alalla tarjolla jatkuvasti lisäkoulutusmahdollisuuksia					-muut tilitoimistot				
					-ajan tasalla pysyminen				

Yrittäjän vahvuuksiin kuuluu alan koulutus. Yrittäjällä on pohjakoulutuksena liiketalouden perustutkinto ja viittä vaille valmis taloushallinnon tradenomin koulutus. Nämä sekä alalta karttunut työkokemus ovat tuoneet yrittäjälle tietotaitoa joka luo pohjaa toiminnalle. Suurin osa tiedoista ja taidoista tulee kuitenkin karttumaan toiminnan yhteydessä ja käytännön tasolla toimintaa harjoittaessa. Vahvalla tukiverkostolla tarkoitetaan tässä yhteydessä yrittäjän ympäriltä löytyviä ihmisiä, jotka osaavat auttaa jos eteen tulee ongelmia. Yrittäjän lähipiiristä löytyy niin kirjanpitäjiä kuin pitkän linjan yrittäjiäkin, jotka ovat valmiita auttamaan tarpeen tullen. Yrittäjän oma kiinnostus ja halu oppia

oman alansa ammattilaiseksi ovat myös vahvuuksia, jotka tukevat toimintaa ja sen kehittymistä.

Yrittäjän heikkouksia ovat taas toisaalta vähäinen tietotaito, koska toimintaa vasta aloitellaan. Vaativimmat veroasiat sekä kirjanpidon erityiskysymykset luovat vielä epävarmuutta yrittäjälle, koska käytännön kokemus kyseisten asioiden tiimoilta on vielä melko vähäistä. Tämä heikkous tulee kuitenkin mitä todennäköisimmin korjaantumaan ajan myötä ja kokemuksen karttuessa.

Yrityksellä on erittäin paljon mahdollisuuksia erityisesti toimialan tarpeellisuuden vuoksi. Mahdollisuudet ovatkin hyvin pitkälle kiinni yrittäjästä itsestään ja hänen panostuksestaan yritykseen ja omaan kouluttamiseensa. Yrittäjän kehittäessä itseään ja omaa osaamistaan alalla hän luo uusia mahdollisuuksia yritykselleen toimia laajemmin ja paremmin alalla. Lisäkouluttautuminen onkin avainasemassa mahdollisuuksien luojana.

Yrityksen uhkina voidaan pitää tämän hetkistä taloudellista tilannetta, joka ei suuressa määrin kannusta ryhtymään yrittäjäksi ja jos uusia aloittavia yrittäjiä ei synny se pienentää myös Yritys X:n potentiaalisten asiakkaiden kohderyhmää. Myös muut tilitoimistot vievät luonnollisesti asiakkaita, joten ne luonnollisesti luovat uhkan Yritys X:lle. Uhkana yrittäjä näkee myös jatkuvasti muuttuvan ja monimutkaisen kirjanpitolain ja verotuksen uudet ja muuttuvat säädännöt. Tätä uhkaa yrittäjä pyrkii minimoimaan pitämällä itsensä ajan tasalla muun muassa koulutuksien avulla.



## **6 YHTEENVETO HAASTATTELUISTA**

Haastattelut ovat jätetty pois työstä luottamuksellisuuden takia.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 7.1 Liiketoimintasuunnitelma Yritys X:lle

Työn tavoitteena oli selvittää miten rakennetaan kannattava liiketoiminta liiketoimintasuunnitelman avulla. Yritys X:n yrittäjä ei ollut ennen yrityksen varsinaista perustamista laatinut **liiketoimintasuunnitelmaa**, mutta tämän opinnäytetyön avulla hän joutui miettimään toimintaansa hieman syvemmin ja laajemmin sekä määrittelemään melko tarkasti toiminnan perusteet ja suunnitelmat, jotka eivät olleetkaan niin kirkkaita kuin yrittäjä oli alun perin luullut. Liiketoimintasuunnitelma laittoi yrittäjän siis pohtimaan toimintaansa hieman tarkemmin.

Työn teoriaosuudessa esiteltiin liiketoimintasuunnitelman eri osa-alueet ja yrittäjyyden yleisimpiä lähtökohtia, joiden avulla yrittäjän oli melko helppoa lähteä miettimään omaa toimintaansa. Itse liiketoimintasuunnitelman päätarkoitus on selventää, jäsentää sekä auttaa perustelemaan keksittyä liikeideaa (Meretniemi, I. ym. 2009, 24).

Yrittäjällä ei ollut käsitystä omasta **missiostaan saati visiostaan** ennen kuin hän alkoi pohtia omaa liiketoimintasuunnitelmaansa. Yrittäjä sai aikaan pitkän tähtäimen suunnitelman, johon hän pyrkii toiminnassaan pääsemään sekä tavoitteet jotka täyttää. Mission avulla selvitettiin mikä on yrityksen tarkoitus, tehtävä ja luonne sekä mitä yritys aikoo saavuttaa ja miten (Koski, T. & Virtanen, M. 2005, 26).

Yrittäjän pohtiessa **tuotteitaan ja asiakkaitaan** liiketoimintasuunnitelmaa varten, hän sai rajattua tarkemmin ennen kovin häilyvänä olleet käsitteet. Kun selvä kohderyhmärajaus tuli tehtyä, voi yrittäjä tulevaisuudessa kohdistaa voimavaroja juuri niihin eikä yrittää kalastella itselleen asiakkaita sieltä täältä. Teoriaosuudessa kerrottiin myös tuotteiden ja palveluiden merkityksestä ja työtä varten yrittäjä pohtikin melko tarkasti mihin palveluihin hän tulee panostamaan eniten ja miten hän haluaa tarjota asiakkailleen. Palveluiden tuleekin olla sellaisia, joista asiakkaat ovat valmiita maksamaan ja jotka tyydyttävät kohderyhmän tarpeet (Lojander, T. & Suonpää, J. 2008,28) Tulevaisuudessa hän siis tietää mihin osa-alueisiin kannattaa panostaa eniten, jotta asiakkaille saadaan tuotettua lisäarvoa.

Yritys X:n **toimintatavan** määrittely ei ollut kovin yksinkertaista yrittäjälle syystä että teoreettisen käsitteen sisäistäminen oli ehkä hieman hankalaa. Toimintatavan tulee kuvata miten yritys tuottaa palveluitaan ja sen määrittely otti oman aikansa (Holopainen, T. 2010, 15). Lopputuloksena yrittäjä sai kuitenkin puristettua toimintatavan, joka hieman tarkemmin määrittelee miten Yritys X toimii.

**Toimialan ja markkinatilanteen** tarkastelu ja sitä kautta myös **kilpailijoiden** kartoittaminen oli melko helppoa. Ikaalinen on pieni paikkakunta, joka helpottaa aina jonkin verran kilpailutilanteen ja kilpailijoiden kartoittamista. Taloushallinto toimialana on jatkuvasti kasvava (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2014), joten jos Yritys X vain saa niin sanotusti jalan oven väliin omilla markkinoilla on tulevaisuus alalla taattu.

**Työn tutkimusongelma ja – kysymys** oli siis miten rakennetaan kannattava liiketoiminta liiketoimintasuunnitelman avulla. Kysymykseen ei ole yhtä selkeää vastausta, vaan työn kokonaisuus ratkaisee sen. Liiketoimintasuunnitelman konkreettinen hyöty tullaan siis näkemään vasta, kun Yritys X:n toiminta etenee ja suunnitelmaa päästään soveltamaan käytännössä. Välittömät hyödyt yritykselle tulivat kuitenkin oman toiminnan pohtimisen muodossa sekä kun yrittäjä joutui miettimään omia heikkouksiaan ja vahvuuksiaan ja miten voi kehittää niitä tulevaisuudessa.

Myös yrittäjän päämäärät selvenivät kun hän mietti omaa visiotaan eli sitä, missä hän haluaisi yrityksensä olevan esimerkiksi vuoden tai kolmen vuoden kuluttua. Konkreettisia kehittämisideoita syntyikin nimenomaan vision pohtimisen kautta. Työn tekemisen aikana, kävi selkeästi ilmi, että suurin kehittämisen kohde yrittäjällä on oma tietotaito. Yrittäjä itse tiedostaa, että toiminnan alkuvaiheessa hän on ottanut melkoisen riskin lähtiessään omaamillaan taidoilla yrittäjäksi, mutta on valmis kehittämään itseään kovasti. Kun yrittäjä itse saa kehitettyä omia taitojaan, laajenevat yrityksen mahdollisuudet samassa suhteessa.

## 7.2 Haastattelut

Haastattelujen tavoitteena oli saada hieman eri näkökulmia yrittäjyyteen ja niihin syihin jotka johtavat kyseiseen uravalintaan. Haastattelujen avulla selvisi hieman epäsuorasti miten erilaisia syitä yrittäjäksi ryhtymiseen voi olla jo noinkin pienessä otannassa. Toisille yrittäjyys on sydämen asia ja elämäntapa joka tuo paljon sisältöä ja iloa elämään kun taas toisille yritystoiminnan avulla tavoitellaan puhtaasti taloudellista hyötyä. Selväksi kuitenkin tuli, että kaikille haastatelluille oli yhteistä jo työn teoriaosuudessa esitetty halu ja tahto toimia yrittäjinä.

Kukaan haastatelluista ei ollut laatinut liiketoimintasuunnitelmaa ennen toimintansa varsinaista aloittamista. Haastattelujen perusteella voidaan siis todeta karkeasti, että ilman konkreettista liiketoimintasuunnitelmaakin on mahdollista luoda hyvin toimiva ja kannattava liiketoiminta, kunhan on varautunut vähintään erilaisilla taloudellisilla laskelelmilla.

Jokaisen yrittäjän on perustamisvaiheessa täytynyt punnita työn hyviä ja huonoja puolia. Kun on laitettu toiselle puolelle vaakakuppiin työn tietynlainen vapaus ja tieto siitä että saa tehdä sitä asiaa mistä pitää työkseen ovat haastatelluille henkilöille työn negatiiviset puolet, kuten byrokratia ja taloudellinen vastuu tuntuneet pienemmiltä seikoilta hyvien asioiden rinnalla. Jokaisella yrittäjällä on omat tavoitteensa yritystoiminnassaan, mutta niistä riippumatta yrittäjän on oltava valmis tekemään paljon töitä niiden saavuttamisen eteen. Täytyy myös muistaa että omassa yritystoiminnassa tapahtuvat onnistumiset tuntuvat erityisen hyviltä, kun tietää että, on itse ne saanut aikaiseksi. Sen vuoksi riskin ottaminen ja vastuun kantaminen kannattaa.

Erilaisille yrityksille erilaiset yritystoimintaa tukevat toiminnot ovat luonnollisesti eri asemissa. Kuten haastatteluista tuli ilmi, on talous ja ostotoiminta tärkeitä kaikille kyseisille yrittäjille, kun taas markkinointi ei yhden yrittäjän toiminnassa pelannut juuri minkäänlaista roolia. Toimintojen tärkeysjärjestys ja tarpeellisuus on suoraan yhteydessä toimialaan ja harjoitettavaan toimintaan ja sen kokoon.

Olivat syyt yrittäjyyteen mitä hyvänsä, tuli haastatteluista ilmi, että yrittäjyyden kulmakiviä ovat ahkeruus ja kunnianhimo jotka ajavat ihmistä eteenpäin tekemään paljon töitä sen eteen mikä on heille tärkeintä. Niiden seikkojen valossa voidaan todeta, että yrittä-

jänä toimimiseen vaaditaan paljon sisua ja rohkeutta. Helppoa yrittäminen ei ole, mutta tähän loppuun voidaan todeta yhteenvetona, että hyvin suunniteltu yritystoiminta kantaa pitkälle ja yrittäjän itsensä kehittäminen on suurempi sijoitus yritystoimintaan kuin rahalliset sijoitukset voivat koskaan olla.

## 8 POHDINTA

Työ on pyritty tekemään mahdollisimman realistisesti, jotta sen hyöty olisi maksimaalinen. Yrittäjä itse pyrkii pitämään jalat maassa ja järjen päässä toiminnassaan ja ei oletakaan minkään tulevan hänelle niin sanotusti ilmaiseksi. Menestyminen tulee olemaan kovan työn takana ja todellisia ponnistuksia vaaditaan, jotta yritys saadaan tulevaisuudessa kannattamaan hyvin ja mahdollisesti myös kasvamaan. Ne ovat seikkoja, jotka ovat todella tulleet selväksi tämän prosessin aikana.

Työn lopputuloksena yrittäjä sai käyttöönsä liiketoimintasuunnitelman, jota hän voi vielä tulevaisuudessa hyödyntää, täyttää ja kehittää sitä mukaan kun hänen oma toiminta kehittyy eteenpäin. Liiketoimintasuunnitelman tavoitteena oli luoda yrittäjälle hyvä pohja tulevaisuuden varalle ja päätöksenteon tueksi ja ohjata yritystä kohti kannattavampaa toimintaa. Tavoitteet täyttyivät melko hyvin ja yrittäjä joutuikin tosissaan pohtimaan omaa toimintaansa syvemmin kuin oli ennen varsinaista yrityksen perustamista tehnyt. Yrittäjälle selvisi hyvin, mitkä osa-alueet vaativat eniten kehittämistä ja miten niitä voidaan mahdollisesti kehittää.

Työn validiteettia voidaan pitää melko hyvänä, eli työstä on lopputuloksena saatu juuri se mitä pitikin eli liiketoimintasuunnitelma, joka auttaa ohjaamaan yrityksen toimintaa kohti kannattavampaa toimintaa. Yrittäjä sai pohdintojen kautta hyvän kuvan omasta toiminnastaan ja tietää mitä osa-alueita hänen tulee tulevaisuudessa kehittää, jotta toiminnasta tulee kannattavaa.

Työn reliabiliteetti on toteutunut myös melko hyvin. Liiketoimintasuunnitelma on tehty juuri sellaiseksi miten yrittäjä itse toimintansa näkee ja se kulkee työn teoriaosuuden kanssa hyvin samassa linjassa. Suoritetut haastattelut olivat melko pintapuoleisia ja vasta niitä analysoidessa tuli huomattua, miten kysyttyjä kysymyksiä olisi voinut tarkentaa ja millaisia lisäkysymyksiä olisi voinut laatia, jotta haastattelut olisivat olleet syvempiä ja sitä kautta antaneet enemmän analysoitavaa informaatiota.

Uskon, että työn lopputuloksena syntynyt liiketoimintasuunnitelma tulee tukemaan yrittäjää ja hänen toimintaansa tulevaisuudessa. Sen vuoksi olen tyytyväinen tämän työn lopputulokseen. Liiketoimintasuunnitelma on hyvä työkalu kaikille yrittäjille, ei pelkäs-

tään toimintaansa aloitteleville. Sen avulla saadaan kokonaisvaltainen kuva toiminnasta ja nähdään mitkä osa-alueet vaativat eniten kehittämistä ja panostusta. Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan kehittää, muuttaa ja täydentää toiminnan edetessä, jolloin se toimii kehittämistyökaluna koko yrityksen toiminnan ajan.

## LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. uudistettu painos. Helsinki. Edita Prima Oy.

Edu.fi. 2014. Liiketoimintasuunnitelma. Päivitetty 10.1.2014. Luettu 29.3.2014.  
[http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yrittystoiminnan\\_kehittamisessa\\_tarvitaan\\_liiketoimintasuunnitelmaa.htm](http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yrittystoiminnan_kehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm)

Eskola, A. & Mäntysaari, A. 2006. Menestys: Kannattavuuden hallinnan perusteet. 1.painos. Keuruu. Otava.

Explorable.com. 2008. Case Study Research Design. Luettu 3.4.2014.  
<https://explorable.com/case-study-research-design>

Holopainen, T. 2010. Yrityksen perustamisopas. Helsinki. EditaPrima Oy.

Kajaanin ammattikorkeakoulu. Haastattelu, haastattelumuodot. Luettu 2.4.2014.  
<http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Aineiston-keruumenetelmat/Haastattelu>

Kangasaho, E. & Lehtipuro, K. & Niemelä, T. 1999. Uskalla sinäkin, käytännön tietoa yrittäjäksi aikovalle. Keuruu. Otava.

Keskuskauppakamari. 2011. Yrityksen perustajan opas 2011. Luettu 25.3.2014.  
[http://media.ammattinetti.fi/Yrityksen\\_perustajan\\_opas\\_2011\\_TEM.pdf](http://media.ammattinetti.fi/Yrityksen_perustajan_opas_2011_TEM.pdf)

Koski, T & Virtanen, M. 2005. Tulos: Liiketoiminnan suunnittelulla menestykseen. Keuruu. Otava.

Lehti, E. & Pyykkö, M. & Rope, T. 2007. Mikä tekee yrittäjästä menestyvän. Juva. WS Bookwell Oy.

Lojander, T. & Suonpää, J. 2008. Firma: Käytännön yrittäjätoiminta. 2. painos. Keuruu. Otava.

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. 1.-2. painos. Keuruu. Otava.

Oulun ammattikorkeakoulu. 1999. Pk-yritysten johtamis- ja kehittämistyökalupakki. Luettu 1.4.2014. <http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/nykytila2.htm>

Patentti- ja rekisterihallitus. 2014. Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoitus. Päivitetty 1.1.2014. Luettu 20.3.2014.  
<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html> luettu 20.3

Puustinen, T. 2004. Avain omaan yritykseen. Keuruu. Otavan kirjapaino Oy.

Raatikainen, L. 2008. Liikeideasta liikkeelle. 5.-7. painos. Helsinki. Edita Prima Oy.



Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkójulkaisu]. Luettu 3.4.2014.  
[http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5\\_5.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_5.html)

Tehden.com. Uuden yrityksen perustaminen. Luettu 10.4.2014.  
<http://www.tehden.com/uusiyritys>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. Toimialojen näkymät –katsaus: liike-elämän palvelut. Päivitetty 20.3.2014. Luettu 11.4.2014.  
[file:///C:/Users/netpi\\_001/Desktop/Jonnan%20omat/oppari/Liike-elaman\\_palvelut\\_Toimialojen\\_nakymat\\_kevat\\_2014.pdf](file:///C:/Users/netpi_001/Desktop/Jonnan%20omat/oppari/Liike-elaman_palvelut_Toimialojen_nakymat_kevat_2014.pdf)

Uusyrityskeskus. 2007-2011. Liiketoimintasuunnitelma ja yrityslaskelmat. Luettu 11.4.2014. <https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/>

Uusyrityskeskus Suomi. 2013. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Luettu 18.3.2014.  
[http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas\\_2013\\_web.pdf](http://www.perustamisopas.fi/sites/perustamisopas.fi/files/Perustamisopas_2013_web.pdf)

Yrityssuomi.fi. Taloudellinen kannattavuus. Luettu 11.4.2014.  
<http://www.yrityssuomi.fi/fi/taloudellinen-kannattavuus>